



Crear una cultura de comunicación Asunción

Como afirma la Unidad de Comunicación e Información para el Desarrollo de la UNESCO (IUCD), cultura y comunicación están estrechamente relacionadas, “la comunicación es el intercambio de ideas, conocimientos, mensajes e información. [...] La cultura requiere diversas formas de comunicación para prosperar, crear, ser re-creada y compartida. Al mismo tiempo, la cultura da forma a una gran parte de los contenidos y las formas de comunicación. Juntos, la cultura y la comunicación tienen la capacidad de producir y difundir una gran riqueza de información, conocimientos, ideas y contenidos, contribuyendo a la expansión de las opciones de las personas en llevar la vida que valoren, creando así entornos propicios para el desarrollo centrado en las personas”¹. Todo ello se realiza en el acto educativo y por medio de la educación², por lo que es muy necesaria crear una “cultura de la edu-comunicación” para favorecer, como exhorta nuestro pontífice, el desarrollo de una “cultura del encuentro” y una “cultura del cuidado” de la “casa común”, algo que considera posible si se nutre de una espiritualidad³. Por ello, como veremos a lo largo de este artículo, tiene todo el sentido crear una cultura de la edu-comunicación Asunción. Esta revista, como ya indicamos en la editorial del primer número, tiene este objetivo que realizamos profundizando diferentes temáticas desde la espiritualidad de la Asunción. Antes de adentrarnos en los diferentes artículos del segundo

¹ <https://es.unesco.org/creativity/indicadores-de-desarrollo/dimensiones/comunicaci%C3%B3n>. UNESCO, "Comunicación", en *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual Metodológico* (París: ONU, 2014), 117-129.

² Como se desarrolla en el manual citado en la sección “Educación”, 46-61.

³ Cultura, educación, comunicación y espiritualidad se articulan a la perfección en el capítulo sexto de la encíclica *Laudato Si'*. Cf. Papa Francisco, *Laudato Si': Carta encíclica sobre el cuidado de la casa común* (Roma: Editrice Vaticana, 2015), nn. 202-245.

número, creemos importante profundizar en el concepto de la “cultura de la edu-comunicación”.

Una Cultura de la Comunicación en un mundo en permanente cambio

El término “cultura de la comunicación” se comenzó a utilizar en la década de los setenta para referirse a la necesidad de establecer unos valores, normas y prácticas compartidas en medio de los vertiginosos cambios que se estaban produciendo en la llamada “Revolución de las Comunicaciones”⁴. El antropólogo y comunicólogo estadounidense James Carey plantea en 1989 que la comunicación es un proceso cultural que va más allá de la transmisión de información, y que es necesario analizar dicho fenómeno en relación con el contexto social y cultural en el que se produce. En aquel momento era poco predecible los avances que advendrían en la década de los noventa, con la popularización del World Wide Web (www), una red que conecta una gran cantidad de páginas web por las cuales se puede acceder o intercambiar información⁵. Nació un “continente digital” sin fronteras nacionales, pero con muchos excluidos; sin leyes gubernamentales, pero capaz de dirigir a las masas; sin sistema de valores preestablecido, pero con un impacto significativo en la forma en que percibimos el mundo y en cómo nos relacionamos entre nosotros; capaz de unir a la humanidad, pero que la está polarizando en posturas enfrentadas⁶. Los medios de comunicación están creando muchos ambientes sociales y culturales diferentes, dependiendo de las páginas donde cada cual lee, escucha o visiona la información o interactúa con otras personas que las frecuentan.

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación ha experimentado un aumento significativo después del brote de la COVID-19, ya que muchas personas han tenido que adaptarse a trabajar, estudiar, socializar y celebrar su fe desde casa debido a las restricciones sanitarias, y las cifras se siguen incrementando. Sin pretender abrumar con datos

⁴ Cf. James W. Carey, *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, 2nd ed. (New York: Routledge, 2008).

⁵ Cf. Tim Berners-Lee, "The World Wide Web-past, present and future", (1997): <https://jodi-ojs-tdl.tdl.org/jodi/article/view/jodi-4> (última consulta abril 2023). En este artículo Tim Berners-Lee, creador de la expresión "World Wide Web", describe cómo ideó en 1989 este sistema para compartir información entre los científicos de diferentes partes del mundo que trabajaban o colaboraban en el Centro Europeo de Investigación Nuclear (CERN). Esto dio lugar al nacimiento de la WWW. La WWW se basa en el protocolo HTTP (Hypertext Transfer Protocol), que permite a los usuarios navegar por la red y acceder a los sitios web mediante enlaces hipertextuales. Los sitios web están escritos en lenguajes de programación como HTML, CSS, JavaScript, entre otros, que permiten la creación de páginas interactivas y dinámicas.

⁶ Cf. Jean Baudrillard, "Marshall McLuhan, Understanding Media: the Extensions of Man, Mc Graw-Hill Book company, cop. 1964", *L'Homme Et La Société* 5, n.º. 1 (1967): 227-230; Mark Bauerlein, *The Digital Divide: Arguments for and Against Facebook, Google, Texting, and the Age of Social Networking* (New York: Penguin, 2011).

científicos, los informes de las agencias globales de marketing⁷ revelan que el uso global de Internet aumentó en 2021 un 7% en comparación con enero de 2020, alcanzando los 4.66 billones de usuarios activos en todo el mundo, lo que representa un 59,5% de la humanidad. El informe indica que el tiempo medio que una persona dedica a las redes sociales ha aumentado a nivel mundial, con un promedio de 2 horas y 25 minutos al día. Sin duda varía por países, en España, según un estudio realizado de la Fundación Telefónica en el año 2021, indica que el 79% de la población española utiliza Internet diariamente y que el tiempo medio que se dedica a las redes sociales es de 1 hora y 40 minutos al día⁸.

Aunque la población que más utiliza internet sigue estando comprendida entre los 14 y 35 años, de las áreas metropolitanas de países desarrollados, el aumento de otros colectivos y zonas geográficas hace complicado el desarrollo de una cultura de la comunicación planetaria, debido a la necesaria adaptación de los procesos y contenidos a las personas a las que están dirigidas (públicos) y a los diversos canales que frecuentan (medios). Por esta razón, en el ámbito económico se ha estrechado el horizonte, entendiendo por “cultura de la comunicación” a la comprensión y al desarrollo de prácticas comunicativas de las empresas que buscan asegurar una comunicación efectiva y exitosa, tanto a nivel interno como externo, para vender sus productos fidelizando a los clientes y acrecentando el sentido de pertenencia y la eficacia de sus trabajadores⁹. Para ello invierten muchos recursos, debido a la gran cantidad de canales de comunicación que existen y se siguen creando, y a pesar de dirigirse a un determinado colectivo para focalizar esfuerzos.

Una Cultura de la Comunicación para el cuidado de la casa común

Como hemos presentado en la introducción, la ONU considera que la cultura de la comunicación juega un papel fundamental en la implementación de la Agenda del Milenio, de cara a informar, formar y denunciar en orden a generar una consciencia común sobre los desafíos a los que nos enfrentamos a nivel global, con el fin de fomentar el compromiso colectivo y promover

⁷ Informe "Digital 2021: Global Overview Report" publicado por Hootsuite y We Are Social en enero de 2021: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (última consulta abril 2023).

⁸ Fundación Telefónica, *Sociedad Digital en España 2020-2021: El año en que todo cambió*: Fundación Telefónica, 2021).

⁹ Cf. Kovács Réka and Anca Borza, "Internal and External Communication within Cultural Organizations", *Management & Marketing* 7, nº. 4 (2012): 613-630; Madhu Bala and Deepak Verma, "A critical review of digital marketing", *M.Bala, D.Verma (2018).A Critical Review of Digital Marketing.International Journal of Management, IT & Engineering* 8, nº. 10 (2018): 321-339. Solo señalar que la comunicación interna trata de establecer procesos que garanticen el intercambio de información y de ideas dentro de la organización a todos los niveles, los mecanismos de identificación del talento y la colaboración, así como acrecentar el sentido de pertenencia.

una colaboración internacional efectiva entre gobiernos y organizaciones. Para crear esta cultura de la comunicación inclusiva y accesible es necesario involucrar al mayor número de personas, promover la participación ciudadana, utilizar tanto los medios de comunicación tradicionales como los digitales, fomentar la alfabetización mediática, utilizar mensajes claros y accesibles, y medir-evaluar el impacto para la mejora continua; por lo que es tan necesaria la planificación.

Por otra parte, también el Papa Francisco¹⁰ ha sido un líder destacado en la promoción de la comunicación efectiva como una herramienta para fomentar la construcción de puentes entre diferentes culturas y comunidades, la colaboración, la solidaridad y la acción colectiva. En su magisterio ha destacado la importancia de la colaboración entre los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales, el sector privado, la sociedad civil y cada individuo para afrontar los desafíos globales que genera el cuidado de la casa común. Nuestro pontífice ha destacado la importancia de la comunicación efectiva y respetuosa en todas las áreas de su liderazgo espiritual, desde sus homilias hasta sus mensajes en redes sociales y encuentros con líderes políticos y religiosos de todo el mundo. Ha sido testigo y maestro de cómo poner los diferentes medios de comunicación al servicio de la cultura del encuentro y del cuidado, destacando la importancia de una comunicación basada en los principios éticos de la verdad y de la caridad, capaz de crear puentes y superar divisiones. Ha sabido adaptar su mensaje a los diferentes públicos y canales.

El Papa Francisco ha destacado la importancia de la cultura de la comunicación en la educación y la formación de jóvenes líderes en la Iglesia y en la sociedad. Ha instado a los educadores a enseñar habilidades de comunicación efectiva y respetuosa, con el fin de fomentar la cultura del diálogo, del encuentro y del cuidado común. Aboga por una educación que fomente la comprensión intercultural y la inclusión de comunidades marginadas, para superar la “cultura del descarte”. Enfatiza la importancia de la comunicación intercultural e interreligiosa para fomentar la comprensión y el diálogo entre culturas y religiones. El Papa Francisco también insiste en la importancia de la cultura de la comunicación en la evangelización. Un mensaje que debe ser transmitido de forma auténtica, respetuosa y capaz de llegar a las personas en su contexto y en su realidad

¹⁰ Es inmenso el magisterio del papa Francisco en este campo, por lo que solo citaremos los mensajes para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, que como hicieron sus antecesores, se suele publicar en la festividad de San Francisco de Sales, patrono de los periodistas (24 de enero). Cf. <https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html> (Última consulta abril 2023). La Jornada Mundial de la Comunicación Social se estableció por voluntad expresa del Concilio Vaticano II y se suele celebrar en la fiesta de la Ascensión recordando el mandato del Señor de ir por todo el Mundo y proclamar el Evangelio. Se puede comprender el desarrollo de la cultura de la comunicación a lo largo de los temas tratados por los diversos pontífices desde el año 1967.

concreta, y que genere procesos personales de descubrimiento o profundización en la fe. Convencido que el mensaje cristiano conduce a la alegría, rompe el círculo vicioso de la angustia y detiene la espiral del miedo, insiste en usar todos los medios para difundir un contenido diferente en la red.

Una Cultura de la Comunicación que nutra y manifieste nuestro Ser RA

Nuestro Capítulo General del 2018 en Lourdes ya ponía las bases de la construcción de una cultura de la comunicación Asunción con su llamada a poner “la comunicación al servicio de la comunión y de la misión”¹¹. La aplicación de las diferentes decisiones ha ido creando equipos a nivel congregacional, provincial-regional y local, que han mejorado o implantado procesos de comunicación a nivel interno y externo. Sin embargo, y a pesar de que a nivel internacional, local y personal la comunicación en los medios digitales se remonta en muchos casos a inicios del milenio, podemos afirmar que estamos aún lejos de construir una cultura de comunicación Asunción. Como en otras áreas de misión¹², se delega la responsabilidad a estos equipos encargados. No podemos alargarnos en la reflexión que sin duda debe continuar para construirla entre todos. Solo daremos algunas pinceladas, todas ellas interconectadas entre sí:

- La cultura de la comunicación suscita y fortalece el sentido de pertenencia, o lo que es lo mismo crea comunión. Para ello es necesario establecer y alimentar canales de comunicación interna para el intercambio de información sobre nuestra vida y misión, pero también donde se genere pensamiento y significado sobre nuestro ser Asunción. Si consideramos la diversidad de culturas, edades y vocaciones de las personas que forman nuestra congregación, percibimos que es una misión de todos para todos. El mensaje debe estar adaptados a los públicos y canales, por ello puede ser un lugar de realización del ministerio colaborativo, involucrando al mayor número de personas. Por ejemplo, ¿quién puede explicar mejor que un niño a otros niños cómo comprenden y viven su ser Asunción?
- La cultura de la comunicación es lo que nos impulsa a comunicar lo que vivimos, hacemos, creamos, pensamos... a nivel personal, comunitario, provincial e internacional. Un claro indicador de que esta cultura está integrada será cuando no sea necesario recordar que debemos comunicar, acceder a lo publicado, o interactuar en los

¹¹ Religiosas de la Asunción, *Documento Capitular* (Lourdes: RA 2018), 15, 22-23.

¹² Solo mencionar un área que preocupa a todos, pero ocupa a un pequeño sector. La pastoral juvenil debe involucrar a hermanas y laicos, pues solo una comunidad fraterna, orante y comprometida en la misión podrá fascinar a las nuevas generaciones, o lo que es lo mismo, solo una cultura vocacional hará eficaces los proyectos y las acciones que se programen y emprendan.

contenidos (compartiendo, dejando comentarios, siguiendo...). La cultura de la comunicación será real cuando comunicar surge como deseo y necesidad, porque los diferentes miembros de la Asunción comprendemos que comunicar ayuda a construir el cuerpo congregación, pero también es un medio para darnos a conocer ofreciendo recursos informativos o formativos a la Iglesia y al Mundo digital que no tiene fronteras: “¡Ay de mi si no evangelizara!” decía san Pablo¹³.

- La cultura de la comunicación conduce a tender puentes, a crear encuentro, diálogo y compromiso común. En la Asunción lo denominaríamos extensión del Reino, una “filosofía que orienta y una pasión que anima” nuestra presencia en internet. Ampliamente desarrollado en el párrafo anterior.
- La cultura de la comunicación conlleva unos valores, normas y prácticas compartidas por la organización. En la Asunción comunicar la Verdad, guiados por un criterio de Caridad y tratando de realizarlo de forma Bella podría ser una de estas características comunes. Las virtudes naturales que se desprenden de estos grandes principios y que marcarían la diferencia de la cultura de la comunicación Asunción frente otras formas de comunicar son la rectitud y la nobleza frente al disimulo y la mentira, la bondad prudente y benévola frente al “todo vale” que desacredita, y la modestia y la humildad ante lo extravagante y espectacular¹⁴.
- La cultura de la comunicación ayuda a pasar del “yo” al “nosotros”, a invertir el tiempo y los recursos, en aquello que favorezca el acceso a los medios al mayor número de personas posible. Es imprescindible formarse y formar, una solidaridad entre generaciones y grupos sociales para compartir conocimiento y tecnología. “No tengo tiempo” o “cuesta muy caro” suelen ser excusas cotidianas para invertir el tiempo y el dinero en la consecución de unos objetivos frente a otros¹⁵. Se hace imprescindible el discernimiento para marcarnos prioridades comunes. En una cultura individualista se priorizan los canales

¹³ Cf. 1 Co 9,16-19.22-23.

¹⁴ Son innumerables los textos que podríamos citar de Madre María Eugenia, solo citar el Capítulo del 26 de mayo de 1878 sobre el espíritu de la Asunción - XII. “Las virtudes naturales, base de las virtudes sobrenaturales”: “Las gentes del mundo que no son cristiana quieren ver, en el más insignificante de los cristianos, un carácter noble”, también en nuestra presencia en internet se deben mostrar esa “la franqueza, la rectitud, la delicadeza, la sencillez, el honor, la bondad, el valor” y el resto de virtudes que según nuestra fundadora caracteriza la Asunción. En una cultura de la desinformación o de las noticias falsas, nuestra fundadora afirma que “la franqueza, la rectitud, son características sin las cuales parece que no se puede vivir en la Asunción”. Qué actualidad en la era de los “filtros” se nos anima a “mostrar al mundo la rectitud natural del hombre tal como Dios lo había creado”.

¹⁵ Por otro lado, los medios digitales están siendo una de las causas de lo que hoy se conoce como “procrastinación”, o tendencia a posponer o retrasar las tareas importantes, en favor de actividades más placenteras o menos exigentes.

personales sobre los institucionales. Podríamos afirmar que una verdadera cultura de la comunicación global se construye en procesos sinodales, no por *influencer*.

Es un tema inacabado que debe ser construido junto a otros, y como afirmamos en la introducción, esta revista representa un canal privilegiado, en el que religiosas y laicos de diversos lugares y edades exponen sus reflexiones sobre diferentes temas desde el espíritu de la Asunción, y al comunicar su pensamiento y experiencias, generan significados y construyen la Cultura de la Comunicación Asunción.

Hermana Mercedes Méndez Siliuto. Responsable de Comunicación de
las Religiosas de la Asunción